

0- 793243

На правах рукописи



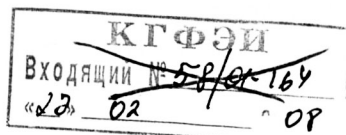
Никоноров Вячеслав Витальевич

**РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ УСЛУГ КОММЕРЧЕСКИХ
БАНКОВ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ИХ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Волгоград – 2008



Работа выполнена в государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия".

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Перекрыстова Любовь Вениаминовна.

Официальные оппоненты: доктор экономических наук
Беков Роман Сергеевич;

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000665304

кандидат экономических наук
Волосов Константин Николаевич.

Ведущая организация: ГОУ ВПО "Казанский государственный
финансово-экономический институт".

Защита состоится 14 марта 2008 г. в 10.00 на заседании диссертационного
совета Д 212.029.04 при ГОУ ВПО "Волгоградский государственный
университет", 100,

КОНТРОЛЬНЫЙ ЛИСТ
СРОКОВ ВОЗВРАТА

КНИГА ДОЛЖНА БЫТЬ
ВОЗВРАЩЕНА НЕ ПОЗЖЕ
УКАЗАННОГО ЗДЕСЬ СРОКА

Колич. пред. выдач

ВПО

сайте

КПК. Зак. 2935. Тир. 80 млн.

г. Саров

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

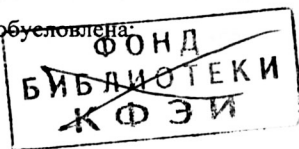
Актуальность темы исследования. Исчерпав потенциал роста в корпоративном секторе, российские банки обратили пристальное внимание на рынок розничных услуг.

Крупные корпоративные клиенты уже охвачены банковскими услугами, и конкуренция в секторе корпоративных услуг сложилась жесткая. В свою очередь рынок розничных банковских услуг только формируется и имеет огромный потенциал роста (по статистике, 50-60% населения практически не пользуются банковскими услугами). Денежные доходы населения растут, что ведет к росту сбережений, а они являются важным источником формирования пассивов для банков, так как могут служить дополнительными ресурсами для кредитования населения. Потребительское кредитование позволит не только расширить активные операции банков, но и повысить уровень жизни населения, стимулировать развитие экономики.

В январе 2006 г. Правительство РФ утвердило новую редакцию Федеральной целевой программы "Жилище" и национального проекта "Доступное и комфортное жилье - гражданам России". В рамках этих проектов выделены несколько основных блоков задач, один из которых направлен на развитие рынка ипотечного кредитования в нашей стране.

Россия – один из мировых лидеров по темпам роста числа банковских карт. Всего за пять лет их количество увеличилось более чем в 6,4 раза. По данным Банка России на 01.10.2007 г., в стране выпущено 96 222 тыс. банковских карт, а объем операций по ним достиг более 5 триллионов рублей. Особо хочется выделить такой вид эксклюзивного банковского обслуживания, как "private banking", который в России практически не развит: сейчас объем услуг по частному банковскому обслуживанию в стране не превышает 5-7% от общего объема банковских услуг (для сравнения: этот показатель в странах с развитой экономикой составляет порядка 30-40% от общего объема банковских услуг физлицам, т.е. потенциал этого рынка колоссален).

Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена:



- важным социально-экономическим значением розничных услуг для банков и общества, которые позволят повысить уровень жизни населения, стимулировать развитие сопряженных отраслей экономики, а также способствовать экономическому росту;

- необходимостью совершенствования деятельности банка в сфере розничных услуг, что позволит повысить его конкурентоспособность в данном направлении;

- формированием рынка "*private banking*" в России.

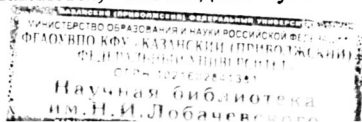
Степень разработанности проблемы. Вопросы организации операций кредитования населения, операций с пластиковыми картами освещены в трудах отечественных ученых: Ю.А. Бабичевой, Г.Н. Белоглазовой, Г.Г. Коробовой, Л.П. Кроливецкой, О.И. Лаврушина, В.М. Усоскина и других, а также зарубежных экономистов: Р.Дж. Кэмпбелла, Д. Полфремана, П.С. Роуза, Ф. Форда.

В связи с возросшим интересом к розничной деятельности банков по оказанию услуг населению в последнее время появилось много новых публикаций, посвященных данной теме. Можно отметить работы следующих авторов: М. Васина, О. Дяченко, Н. Логвиновой, А. Мирошниченко, Е. Потоцкой и др.

Так как в исследовании затрагивались теоретические вопросы "*private banking*", то имеют большое значение труды следующих авторов: А. Гусева, И. Зарипова, Т. Мартыновой, А. Скогорева и др.

Оценивая степень разработанности проблемы, следует отметить недостаточность научных работ, посвященных комплексному исследованию деятельности банков по оказанию розничных услуг.

Российские банки не рассматривали до недавнего времени розничные услуги как перспективное направление деятельности и не имеют пока значительного опыта в их организации. Сам термин "*розничные банковские услуги*" вошел в деловой оборот совсем недавно и не имеет однозначного толкования. В этой связи, нам представляется, необходимо уточнение



терминологической базы. Практическую значимость приобретают вопросы повышения конкурентоспособности банка по оказанию услуг населению, определения перспективных направлений их развития, а также формирования рынка "*private banking*" в России.

Целью диссертационного исследования является теоретическое обоснование факторов, влияющих на развитие розничных банковских услуг в России, и разработка направлений совершенствования деятельности банков в этой сфере.

Поставленная цель предопределила решение следующих **задач**:

1. Раскрыть содержание и особенности розничных банковских услуг.
2. Провести структуризацию банковской системы России по услугам, оказываемым банками населению и экономике страны.
3. Выявить тенденции и проблемы развития ипотечного кредитования в России.
4. Определить основные проблемы развития рынка банковских пластиковых карт и доказать преимущества их использования.
5. Обосновать мероприятия, которые существенно повысят конкурентоспособность банка по оказанию розничных банковских услуг.
6. Выявить проблемы развития "*private banking*" в России и предложить пути их решения.

Объектом исследования выступает деятельность коммерческих банков, занимающихся развитием розничных банковских услуг.

Предметом исследования – процесс организации розничной банковской деятельности и перспективных направлений её развития.

Теоретическая и методологическая база исследования. Диссертация базируется на фундаментальных концепциях, гипотезах, изложенных в трудах отечественных и зарубежных ученых, посвященных анализу развития банковских услуг и операций.

Методологической базой исследования явились общенаучные методы познания, системный анализ и синтез, аналогия, структурный, сравнительный,

маркетинговый, экономико-статистический методы анализа, метод экспертных оценок.

Информационно-эмпирическую базу исследования составили статистические и аналитические материалы Федеральной службы государственной статистики, Банка России, прогнозные экспертные разработки российских и зарубежных ученых, опубликованные в научной литературе и периодической печати (журналах "Банковский ритейл", "Банковское кредитование", "Банковское обозрение", "Банковское дело в Москве", "Мир карточек", "Финансы и кредит" и др.), материалы, размещенные в сети Интернет, отчётность коммерческих банков России, в том числе Волгограда, а также собственные "продуктовые" исследования.

Основные положения диссертационного исследования, выносимые на защиту.

1. Розничные банковские услуги – это услуги банков, предлагаемые населению для удовлетворения личных, семейных потребностей, не связанных с предпринимательской деятельностью, в основе которых лежат стандартизированные банковские продукты.

2. Основными "кластерами" банковской системы России, в основе которых лежат услуги, оказываемые банками населению и экономике страны, являются следующие: клиентские (*расчётные, розничные, диверсифицированные*); кредитные; клиринговые; капитализированные; ресурсозависимые; для финансирования внешнеэкономической деятельности; универсальные; малые псевдоуниверсальные.

3. Ипотечное кредитование является одним из наиболее востребованных розничных кредитных продуктов, ипотечные продукты входят в продуктовые линейки почти всех универсальных российских банков. Основными проблемами, препятствующими развитию ипотечного кредитования, являются: галопирующий рост цен на жильё, низкие доходы преобладающей части населения, проблемы строительной отрасли, недостаток бюджетных средств

для предоставления жилищных субсидий социально незащищенным гражданам и др.

4. В настоящее время рынок пластиковых карт в России, хотя и демонстрирует высокие темпы роста, имеет существенные недостатки в развитии. Они заключаются в региональной асимметрии обеспеченности населения платежными картами, отсутствии развитой инфраструктуры обслуживания, низком уровне использования пластиковых карт для безналичных расчётов, преобладании дебетовых карт, проблемах безопасности.

5. Для успешного развития "*putейла*" коммерческого банка необходимы мероприятия, которые существенно повысят его конкурентоспособность. Они заключаются в разработке стандартизированных банковских продуктов, рационализации структуры розничного департамента, создании эффективной IT-платформы, расширении филиальной сети, проведении маркетинговых мероприятий, обучении персонала, повышении качества обслуживания и количества продаж

6. Развитие рынка "*private banking*" в России затруднено рядом проблем: предпочтением состоятельными клиентами зарубежных банков, происхождением их денежных средств ("*due diligence*"), политической и экономической нестабильностью, недостатком профессиональных специалистов в этой сфере.

Научная новизна полученных результатов состоит в следующем:

- уточнено содержание розничных банковских услуг, выявлены их характерные особенности;

- рассмотренная сегментация банковской системы России позволила выявить банки узкоспециализированной направленности (клиринговые и капитализированные монобанки), а также перспективный кластер (кредитные и универсальные банки);

- выявлены характерные общие и специфические региональные проблемы, препятствующие развитию ипотечного кредитования, рынка пластиковых карт;

- разработаны мероприятия, существенно повышающие эффективность деятельности банка в развитии *"ритейла"*, основные из которых: рационализация структуры розничного департамента, создание эффективной IT-платформы, расширение филиальной сети, проведение маркетинговых мероприятий, обучение персонала и др.;

- доказано, что развитию рынка *"private banking"* в России будут способствовать следующие меры: тщательная проверка банками происхождения денежных средств клиентов *"due diligence"*, закрепление за каждым клиентом персонального менеджера, использование международного опыта и др.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Теоретические выводы, содержащиеся в диссертационном исследовании, расширяют научное представление о банковской системе России с точки зрения услуг, предоставляемых банками населению и экономике страны, а также о мероприятиях, которые существенно повысят конкурентоспособность банка в данном направлении.

Выработанные в процессе исследования теоретические положения могут использоваться в дальнейших исследованиях в области развития розничных услуг, таких, как ипотечное и карточное кредитование, а также перспективного рынка *"private banking"*.

Практическая значимость исследования состоит в том, что предложенная организационная структура розничного блока банка может быть востребована руководителями и специалистами банков для построения конкурентоспособного розничного департамента, который позволит банку предоставлять максимально широкий спектр розничных продуктов, а также сократить издержки за счет быстроты и качества принятых решений.

Положения диссертации могут быть использованы в преподавании курсов *"Деньги, кредит, банки"*, *"Банки и банковская деятельность"*.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации докладывались на международных и региональных научно-практических конференциях в Волгограде, Пензе в 2005 – 2006 гг.

Результаты работы используются в практической деятельности розничных бизнес – подразделений Волгоградского отделения № 8621 Сбербанка России (ОАО).

Публикации. На основе материалов исследования опубликовано 6 работ общим объемом авторского вклада 2,40 п.л., в том числе одна в издании, рекомендованном ВАК.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы из 202 источников. Работа содержит 16 таблиц, 14 рисунков, 3 приложения.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, степень разработанности проблемы, определяются цель, задачи, объект и предмет исследования, научная и практическая значимость работы.

В первой главе "Теоретическое обоснование факторов развития розничных банковских услуг" рассматриваются особенности розничных банковских услуг, факторы, влияющие на их развитие, а также предлагается кластеризация банковской системы России.

Во второй главе "Анализ деятельности коммерческих банков по оказанию основных видов розничных услуг" анализируются различные сегменты рынка розничных банковских услуг (ипотечное кредитование, кредитные карты), а также тенденции и перспективные направления их развития.

В третьей главе "Направления развития розничных банковских услуг" рассматриваются современные технологии банковского обслуживания населения, предлагается организационная структура розничного департамента, рассмотрены услуги банков по эксклюзивному банковскому обслуживанию "*private banking*", а также показаны основные проблемы, мешающие развитию данного рынка в России.

В заключении обобщены результаты диссертационного исследования, сформулированы основные выводы работы.

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИИ

Понятие и особенности розничных банковских услуг

Розничные банковские услуги - это услуги банков, предлагаемые населению для удовлетворения личных и семейных потребностей, не связанных с предпринимательской деятельностью, в основе которых лежат стандартизированные банковские продукты.

Проведенный в диссертации анализ розничных банковских услуг позволил выявить их характерные особенности:

- основными потребителями банковских услуг являются физические лица;
- более мелкие и незначительные по объемам операции и, как следствие, более высокие издержки, чем в оптовой банковской деятельности;
- стандартизированные продукты;
- схожие тарифы и стратегии;
- высокая мобильность клиентов;
- направленность на удовлетворение личных потребностей;
- высокий уровень автоматизации.

В розничные услуги мы не включаем услуги предпринимателям и предприятиям. На наш взгляд, услуги данным субъектам не являются стандартизированными.

Основные "кластеры" банковской системы России

Существующие классификации банковской системы России, где главными факторами, как правило, выступают размер банка и надёжность, являются иерархичными, их сложно применять для анализа, так как каждый банк является индивидуальным финансовым институтом. Данные характеристики содержат лишь количественные показатели деятельности любого банка и не объясняют основные направления его деятельности. Следовательно, с учётом всего вышеизложенного, необходима современная

сегментация банковской системы России, в основе которой лежат услуги, оказываемые банками населению и экономике страны (табл. 1). Данная таблица наглядно показывает, что нынешняя банковская система очень разнообразна.

С одной стороны, есть кластеры явно узкой специализации, модель которых сосредоточена на одной или нескольких функциях (капитализированные монобанки, клиринговые банки). С другой стороны, ряд растущих кластеров, спрос на услуги которых явно не покрывается нынешним предложением – это кредитные банки. Также есть большое количество малоспециализированных по активам и пассивам банков, развитие бизнеса которых не имеет серьезной перспективы, и будет подталкивать их к более четкой специализации.

Кластер универсальных банков составляют не только банки, которые поставили перед собой задачу стать настоящими финансовыми супермаркетами, но и большое число не определившихся со стратегией развития. Именно из этих банков, а также кластера диверсифицированных клиентских банков будет идти пополнение перспективных кластеров.

Ипотечное кредитование населения: проблемы и решения

Для решения проблемы приобретения жилья, существуют различные схемы покупки недвижимости, среди которых ведущее место заняла система ипотечного кредитования.

По данным Центробанка, объем выданных ипотечных кредитов в России составил на конец года: 2001 – \$56 млн., 2002 - \$260 млн., 2003 – \$500 млн., 2004 – \$1 млрд., 2005 – \$2,6 млрд., 2006 – более \$10 млрд., на 01.10.2007 – более \$14,5 млрд. (рис. 1).

Объем выданных банками кредитов физическим лицам на покупку жилья в России на 1 января 2007 г. составил 347,07 млрд. рублей, из которых на долю ипотечных кредитов приходится 263,56 млрд. рублей, таким образом, по сравнению с концом 2001 года количество выданных ипотечных кредитов увеличилось в 2002 году - в 4,6 раза, в 2003 - в 8,9 раза, в 2004 - в 17,9 раза, в 2005 - в 46,4 раза, в 2006 - превысило уровень конца 2001 года в 188,2 раза.

Таблица 1

№ п/п	Классификация банков по услугам, оказываемым населению и экономике страны	Классифицирующие критерии	Основные функции банков, входящих в данную группу	Типичные представители
1.	Клиентские банки	Доля средств клиентов (в депозитах, а также на текущих и расчетных счетах) в структуре пассивов превышает 70%	<p>1. Расчётные – обеспечение бесперебойных расчетов, а, следовательно, минимизация всяких коммерческих рисков даже в ущерб прибыли</p> <p>2. Розничные - эта группа занимается, прежде всего, перекачиванием денег населения в сектор корпоративных заемщиков, принимая на себя довольно большие риски. Большинство банков группы являются розничными по пассивам и оптовыми по активам, то есть за счет вкладов населения кредитуют не столько частных, сколько корпоративных клиентов</p> <p>3. Диверсифицированные - имеющие достаточно серьезную корпоративную клиентуру и при этом находящиеся в процессе смены доминирующей бизнес-стратегии</p>	<p>- Ханты-Мансийский банк; - Национальный банк "Траст"; - Металлургический коммерческий банк (Череповец) и др.</p> <p>- "Возрождение"; - Балтийский банк; - "Северная казна"; - Сибкакадембанк; - Тюменьэнергобанк; - Мончебанк и др.</p> <p>- Банк Москвы; - Росбанк и др.</p>
2.	Кредитные банки	Доля кредитного портфеля в активах превышает 65%	<p>1. Корпоративные</p> <p>2. Розничные</p>	<p>- Альфа-банк; - Международный промышленный банк; - Райффайзенбанк; - БИН-банк; - "Авангард" и др.</p> <p>- "Русский стандарт"; - ХКФ-банк и др.</p>

3.	Клиринговые банки	Доля средств других банков в пассивах, которых больше 20%, и одновременно доля активов, размещенных в других банках, превышает 20%	"Банки для банков" - основной функцией которых является межбанковское кредитование	- Банк "Уральский финансовый дом"; - АК БАРС Банк и др.
4.	Капитализированные монобанки	Доля собственного капитала в пассивах превышает 60%	Финансовые институты такого типа обслуживают интересы одного или группы связанных акционеров	- Евразбанк; - Росэксимбанк; - Проминвестбанк и др.
5.	Ресурсозависимые дочерние иностранные банки	Специфическая группа банков, доля средств нерезидентов в пассивах которых превышает 40%	Формирующие ресурсы от материнских структур	- "Коммерцбанк Евразия"; - БНП Париса"; - Эйч-Эс-Би-Си Банк; "Интеза" и др.
6.	Банки для финансирования внешнеэкономической деятельности	Доля валютных активов превышает 40%	Банки кластера поддерживают экспортно-импортные операции своих клиентов, кредитуют их в иностранной валюте, совершают значительный объем расчетных и документарных операций, используя корреспондентскую сеть в первоклассных иностранных банках	- ВТБ; - ММБ; - Ситибанк; - Банк "Зенит" и др.
7.	Универсальные банки	Активы свыше 1 млрд. рублей, собственный капитал свыше 150 млн. рублей	Оказание диверсифицированного набора финансовых услуг	- Сбербанк; - Газпромбанк; - Петрокоммерц; - "Уралсиб" и др.
8.	Малые псевдоуниверсальные банки	Активы менее 1 млрд. рублей, капитал менее 150 млн. рублей	Не имеющие доминирующей специализации ни по активным, ни по пассивным операциям	- Ростовский Универсальный Банк; - Универсал и др.

Источник: составлено автором по данным исследования журнала "Эксперт"

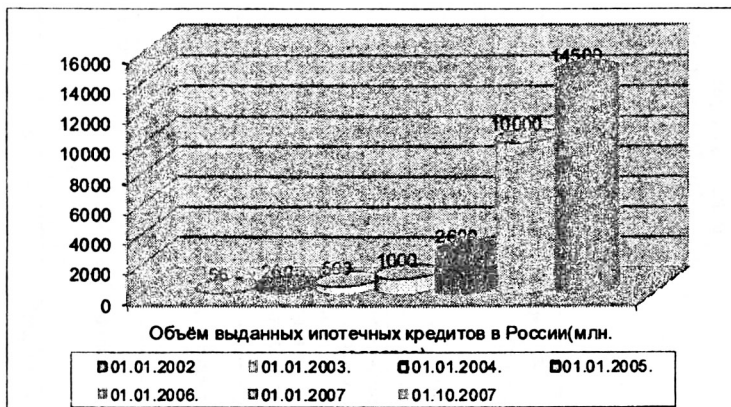


Рис.1. Объем выданных ипотечных кредитов в 2002 – 2007 гг., млн. долларов.

Источник: составлено автором по данным ЦБ РФ

Таблица 2

Ипотечные программы федеральных и региональных банков в Волгограде

Банк	Условия выдачи ипотечных кредитов					
1	2	3	4	5	6	7
	ставка (в рублях) (%)	ставка (в валюте) (%)	собственные средства, от суммы кредита (%)	комиссия за открытие ссудного счета (%) или руб.	платежи	срок кредитования лет
СБЕРБАНК	11-12,5	11,5-13	5,0-30,0	1,00	дифференцированные	30
МДМ-БАНК	11,5-13,5	9,9-12	10,0	1,00	аннуитетные	25
БИНБАНК	14,5-16,5	11-12,5	0-20	н.д.	аннуитетные	20
СОБИНБАНК	11-13,5	н.д.	10,0	1,25	аннуитетные	30
ЮНИАСТРУМ БАНК	11-14	н.д.	10,0	1,50	аннуитетные	30
РОСБАНК	от 13	от 10,5				15
РУСФИНАНС-БАНК	не предоставляются					
ЦЕНТР-ИНВЕСТ	11,08	н.д.	10,0	1,00	аннуитетные	15
ИМПЭКСБАНК	12-13	10-11	10,0	1,00	аннуитетные	25
ТРАНСКРЕДИТ-БАНК	11,5-15	10-13	10,0	1,00	аннуитетные	25
ВТБ 24	12,5-14	9,8-12	10,0	3000руб.	аннуитетные	25
НОКСБАНК	12-18	н.д.	10,0	2000руб.	аннуитетные	15
АЛЬФАБАНК	не предоставляются					
ЗАО АКБ "ЭКСПРЕСС-ВОЛГА"	не предоставляются					
БАНК "ВОЗРОЖДЕНИЕ"	11-14	н.д.	10,0	2,80	аннуитетные	27
БАНК "НБ ТРАСТ"	11-14	н.д.	10,0	2,00	аннуитетные	30
"РУССКИЙ ЮЖНЫЙ БАНК"	11-14	н.д.	10,0	1,7+500 руб.	аннуитетные	30
БАНК "ПЕТРОКОММЕРЦ"	12-14	н.д.	15,0	5,00	дифференцированные или аннуитетные	30

Источник: составлено автором по данным www.banki.ru

2. Галопирующий рост цен на жильё.

В Волгограде восемь районов, цены на недвижимость в каждом разнятся. Главное, что влияет на стоимость, - это удаленность от центра. Наиболее дорогим районом города является Центральный, который традиционно отличается более высокой стоимостью недвижимости. В южных районах Волгограда - Советском, Кировском и Красноармейском - инфраструктура наименее развита. В этих районах и цены на жилье ниже, и спрос меньше (табл.3).

Неоднородность цен в пределах района объясняется наличием многих факторов, в том числе различным расстоянием до остановок общественного транспорта, до промышленных объектов, отрицательно влияющих на экологические условия окружающей среды, до центров деловой и общественной активности, а также сложившейся в данной части района криминогенной ситуацией и др.

Таблица 3

Средние цены реализации квартир за 2006 – 2007 гг., руб.

Характеристика квартир	Средняя цена одного квадратного метра общей площади квартир в 2006г., рублей				Средняя цена одного квадратного метра общей площади квартир в 2007г., рублей		
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал
Первичный рынок							
улучшенной планировки	17 746	19 497	20 903	23 028	32 300	34 490	38 410
элитные	25 671	26 376	26 473	27 103	41 500	41 500	44 500
Вторичный рынок							
низкого качества	15 509	17 026	17 788	18 595	24 300	25 551	27 873
типовые	18 127	19 097	19 737	22 288	27 000	28 390	30 970
улучшенной планировки	21 400	23 198	24 568	26 091	29 070	31 041	34 569
элитные	27 450	29 000	29 339	31 556	37 350	37 350	40 050

Источник: составлено автором по данным www.ariorosa.ru, www.gbi-1.com

3. Высокая стоимость кредитов для заемщика.

4. Низкие доходы преобладающей части населения Волгограда по

сравнению со стоимостью жилья.

5. Недостаток бюджетных средств для предоставления жилищных субсидий социально незащищенным гражданам.

В Волгоградской области в 2006 году было выдано 73 субсидии на общую сумму 212 870 тыс. рублей, в 2007 году планировалось выдать 415 государственных жилищных сертификатов на сумму 287 282 тыс. рублей (табл. 4).

Вышеперечисленные проблемы являются основными не только в Волгоградской области, но и в других регионах страны. Решением данных проблем будут действия правительства, региональных органов власти, банков, предприятий строительной отрасли.

В частности, со стороны правительства РФ:

- снижение инфляции;
- регулирование банковских рисков;

Таблица 4

Количество субсидий, выданных в 2006 году и предусмотренных в 2007 году

№ п/п	Категория получателей субсидий	2006 г.		2007 г.	
		Кол-во выданных субсидий	На общую сумму, тыс. руб.	Планировалось к выдаче ГЖС	На общую сумму
1	Участники ликвидации последствий радиационных аварий и катастроф	10	6864	75	96770
2	Вынужденные переселенцы	6	34419	65	42336
3	Работники Крайнего Севера и приравненных местностей	2	77586	0	0
4	Граждане, уволенные с военной службы	26	19355	61	113616
5	Ветераны, инвалиды и семьи, имеющие детей-инвалидов	29	74646	100	29160
6	Молодые семьи	0	0	114	5400 (бюджет Волгограда)

Источник: составлено автором по данным www.projects.volgadmin.ru

- развитие свободной конкуренции и жёсткий контроль в сфере производства стройматериалов, а также чёткое уточнение в законодательстве сроков выдачи разрешений на строительство объектов;

- совершенствование законодательной и нормативной базы;

- контроль над исполнительной властью на всех уровнях на этапе создания системы ипотечного кредитования;

со стороны региональных органов власти:

- контроль и регулирование факторов, которые увеличивают стоимость жилья (инвестиционная привлекательность жилья, деятельность риэлтерских компаний, неразвитость инженерной инфраструктуры);

со стороны банков:

- внедрение универсального механизма притока долгосрочных финансовых ресурсов;

- обеспечение доступности ипотечных кредитов для групп населения не только с высокими, но и со средними доходами;

- использование международного опыта развития ипотечного кредитования;

со стороны предприятий строительной отрасли - создание объёмного рынка жилья.

Таким образом, активное развитие рынка ипотечного кредитования в нашей стране - это не просто масштабный коммерческий проект, а наиболее оптимальный путь решения важнейшей по значимости социальной задачи для страны - сделать жизнь людей лучше и комфортнее.

"Пластиковый" бизнес в России: проблемы развития

Всего за пять лет количество банковских карт в России увеличилось более чем в 6,4 раза. По данным Центробанка на 01.10.2007 г., в стране выпущено 96 222 тыс. банковских карт, а объем операций по ним достиг более 5 триллионов рублей. Столь стремительный рост рынка пластиковых карт говорит о большой перспективности и привлекательности данного направления (рис. 2).

В развитии рынка банковских пластиковых карт на сегодняшний день наблюдаются существенные диспропорции. Основной объем их эмиссии и эквайринга приходится на Москву, Санкт-Петербург и еще несколько крупных

городов с развитой инфраструктурой. Около 85% россиян картами не пользуются. Причем среди россиян, проживающих в Южном федеральном округе, эта цифра составила 93%. Также картами почти не пользуются россияне пенсионного возраста (97%), население с начальным образованием (98%) и низким уровнем дохода (92%).

Основными причинами низкого уровня использования пластиковых карт для безналичных расчетов являются: отсутствие развитой инфраструктуры обслуживания; "наследие" советской экономики, ориентированной на наличность; отсутствие стимулов к использованию карточек; слабое развитие "кобрендинговых" проектов; несовершенство законодательства; проблемы безопасности и доверия; непонимание потребителями преимуществ, которые дают как банковские услуги, так и карточные технологии.

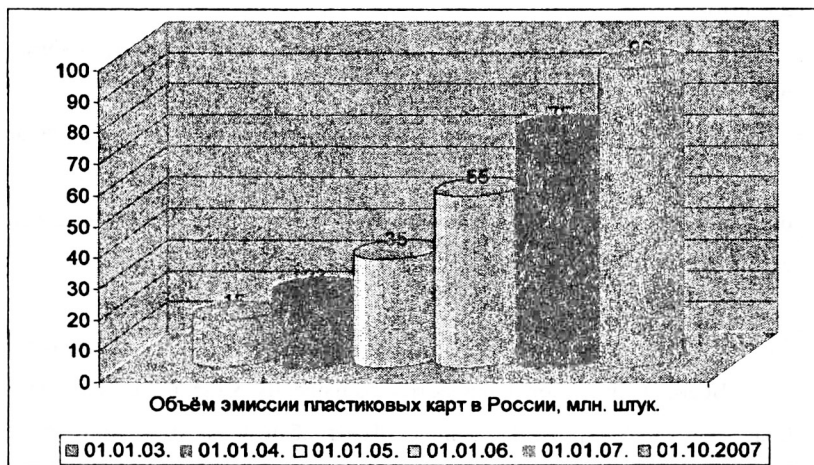


Рис.2 Объёмы эмиссии пластиковых карт с 2002 по 2007год, млн. штук.

Источник: составлено автором по данным ЦБ.

Если рассматривать причину низкого использования пластиковых карт в контексте *ориентированности на наличность и отсутствия стимулов*, то, на наш взгляд, решением данной проблемы будет расширение сети приема карт торговыми точками и предприятиями, реализующими товары и услуги

массового спроса. Кроме того, следует создать финансовые стимулы для использования карт. В качестве примера можно выделить Колумбию, где правительство на 2% снизило НДС для товаров, покупаемых с помощью карты.

Хорошим способом привлечь клиентов становятся совместные программы банков с торговыми сетями или же коммерческими сервисными компаниями, получившие название "*кобрендинговых*", примером тому служат проекты Сбербанка РФ (ОАО) и Аэрофлота, МДМ-банка и торговой сети "Седьмой континент" и др. Выгоду от подобных программ получают все: покупателям предоставляется скидка и возможность участвовать в бонусных программах, а у магазинов увеличивается оборот.

Развитию рынка карточного кредитования в России помогли *изменения в законодательстве*. В частности, появилась юридическая основа для предоставления держателям кредитных карт льготного периода кредитования.

Банки конкурируют на этом рынке не за счет снижения ставок, а за счет введения дополнительных услуг для держателей карт, в том числе льготного периода кредитования - "*grace period*", который позволяет в течение установленного срока (как правило, не более 60 дней) бесплатно пользоваться кредитом по карте. Особенно удобна такая карта для людей, имеющих депозиты в банке.

Решить *проблемы безопасности* использования пластиковых карт помогут следующие меры, которые относятся как к банкам, так и к владельцам карт:

1. *Выпуск и использование только чиповых карт (smart card)*, так как она, помимо лучшей степени защищённости, в отличие от магнитной карты, может предложить своему обладателю множество различных услуг. Она может быть одновременно и дебетовой, и кредитной, учитывать скидки, бонусы, поездки на транспорте, служить пропуском и удостоверением личности и многое другое. На магнитной карте таких возможностей нет. Кроме того, чиповая карта

может безопасным образом приниматься в оплату товаров и услуг в режиме off-line.

2. *Применение антискимминговых модулей*, которые устанавливаются на банкомат, оборудованы специальными датчиками для контроля области картоприемника, позволяющими выявлять несанкционированную установку на банкомат любых посторонних устройств. При подозрении на подобное подключение модуль подает сигнал оповещения в соответствующие службы, ответственные за обеспечение безопасности банкоматов, одновременно останавливая работу подвергнувшегося «атаке» банкомата.

3. *Использование видеонаблюдения банкоматов.*

4. *Применение антивирусных программ* при использовании интернет-банкинга или оплате при помощи карт в мировой сети.

Кроме того, каждый владелец банковской карты должен соблюдать элементарные правила пользования, а именно: обязательное подключение услуги "мобильный банк", которая сообщает владельцу о любых транзакциях, совершаемых по его карте, регулярная проверка выписок по счёту, а также самостоятельный ввод PIN-кода.

Учитывая преимущества использования банковских пластиковых карт для клиентов, банков, сферы торговли и обслуживания и государства, решать данные проблемы следует совместными усилиями ЦБ, Правительства, банков и платежных систем.

Эффективная организация "ритейла" розничного банка

Усиление конкуренции и постепенное насыщение рынка банковских услуг ведут к выравниванию условий их предложения, которые являются в основном однотипными. Тарифы на услуги банков также отличаются незначительно. В этой связи перед каждым банком стоит проблема эффективной организации "ритейла". Основными критериями, по которым потребители банковских услуг и продуктов выбирают банк, являются:

- *продолжительность работы банка на рынке* - важным в данном аспекте будет являться преодоление банком кризиса 1998 года;

- наличие государственной поддержки у банка – боязнь потерять свои средства вынуждает людей учитывать этот критерий, хотя и существует система страхования вкладов;

- рекомендации друзей и знакомых - данный фактор занимает третье место, так как люди хотят пользоваться банковскими продуктами уже проверенных банков;

- выгодные тарифы;

- удобство месторасположения отделений банка;

- реклама и др.

Сохранность своих средств для людей играет большую роль, чем, например, более высокие процентные ставки по вкладам или более высокий лимит овердрафта по пластиковой карте.

Для успешного развития "ритейла" любого банка необходимы следующие мероприятия, которые существенно повысят конкурентоспособность банка в данном направлении:

1.Разработка стандартизированных банковских продуктов – созданных на основе маркетинговых исследований рынка, максимально понятных для конечных потребителей. Такими продуктами могут быть: кредитные карты, автокредиты, экспресс-кредитование, ипотечное кредитование и др.

Очень важно предусмотреть для каждого стандартизированного продукта такой вариант, который будет привлекать клиентов и соответственно служить "локомотивным продуктом" для всей розничной линейки. Для формирования положительного имиджа банка следует предельно прозрачно информировать клиентов обо всех характеристиках продукта, включая разнообразные комиссии и прочие платежи, связанные с кредитом. Только так можно повысить клиентскую лояльность и соответственно увеличить объемы продаж.

2.Рационализация структуры розничного департамента - структуризация розничного департамента по отделам, работающим с клиентами (операционный, вкладов, кредитования частных клиентов, банковских карт, частного банковского обслуживания) и внутренних служб

банка (продаж, маркетинга, безопасности, банковских и информационных технологий, внутренней работы) (рис. 3).

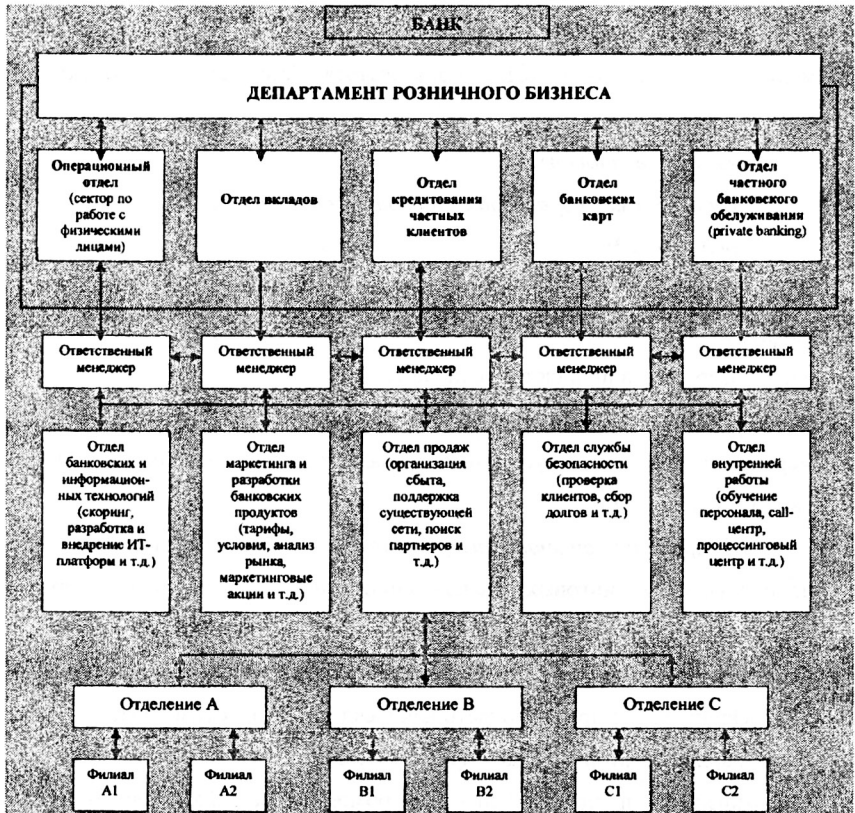


Рис.3. Рационализация структуры розничного департамента

Источник: составлено автором

3.Создание эффективной ИТ-платформы – работа с которой, будет простой и эффективной, что позволит персоналу осуществлять продажи розничных продуктов по единой технологии во всех филиалах банка.

4.Расширение филиальной сети - продажи стандартизированных продуктов через отделения и филиалы банка. Координацией и управлением филиальной сетью, будет заниматься отдел продаж.

5. Внедрение маркетинговых мероприятий - примером тому служат маркетинговые (рекламные) акции, проводимые основными розничными банковскими брендами России, такими, как: Сбербанк России, «Русский Стандарт», «Росбанк», Банк "Хоум Кредит" и др. Широко известны "10/10/10" по "магазинному" кредитованию, предлагаемые такими банками, как Русский Стандарт и "Хоум Кредит", или "Nissan Finance 2,9%" на автомобили Nissan, но успешность таких мероприятий зависит от лояльности партнера и стоимости их проведения для банка.

6. Обучение персонала повышение качества обслуживания?

Для повышения эффективности работы филиалов и представительств банка, необходимо повысить профессионализм и материальную заинтересованность непосредственных менеджеров работающих с клиентами, путем внедрения материальных и нематериальных методов стимулирования продаж кредитов на местах. Материальные методы заключаются в понятной системе бонусов и премиальных. Здесь важно также разработать четкую систему стандартов продаж розничных продуктов и следовать ей.

Таким образом, предлагаемые мероприятия позволят банку успешно конкурировать на рынке "ритейла" и реализовать поставленные цели, а именно:

- предоставлять максимально широкий спектр розничных продуктов;
- скоординировать работу розничного департамента и выделить в нём подразделения, отвечающие за разработку стандартизированных банковских продуктов и их реализацию;
- снизить профессиональные требования к менеджерам, осуществляющим продажу розничных продуктов, за счёт внедрения эффективной IT-платформы;
- расширить филиальную сеть;
- увеличить доходность по розничным продуктам;
- повысить узнаваемость банка путем проведения различных маркетинговых акций;
- создать эффективную систему мотивации менеджеров, работающих с клиентами, и тем самым увеличить кредитный портфель.

"Private Banking" - развитие в России

"Private Banking" — это частное эксклюзивное банковское обслуживание состоятельных лиц и членов их семей на доверительной основе.

Условно можно выделить две наиболее распространенные в мире модели *private banking*.

Цивилизованная модель характерна для стран с развитой экономикой и отличается высоким уровнем прозрачности отношений, качеством и разнообразием предоставляемых услуг, наличием формализованных механизмов решения любых возникающих проблем. Основными чертами *переходной модели* являются непрозрачность проводимых операций, упор на неформальные договоренности между клиентом и банком.

У рынка *private banking* в России большие перспективы: сейчас объем услуг по частному банковскому обслуживанию в нашей стране не превышает 5–7% от общего объема банковских услуг, но в странах с развитой экономикой составляет порядка 30—40% от общего объема банковских услуг физлицам.

Услуги, предоставляемые в рамках *private banking*, условно можно разделить на четыре группы:

1. *Классические банковские*: ведение текущих счетов в рублях и валюте, депозиты, индивидуальные сейфовые ячейки, кредитование, чековые операции, конвертация, пластиковые карты.

2. *Инвестиционно-банковские*: операции с ценными бумагами, прямые инвестиции, доверительное управление.

3. *Околобанковские*: инвестиции в недвижимость, предметы искусства и антиквариат, услуги, напрямую не связанные с вложением средств, например, консультации по налоговым вопросам или по спорным имущественным проблемам, а также помощь при планировании наследства и защите прав собственности.

4. *"Комплиментарные"*: партнерские программы банков с торговыми, сервисными компаниями и др.

В 2006 году заметно возросла конкуренция между банками в сегменте *"private banking"*. Привлечь для банков одного клиента с суммой в \$0,5—1 млн. выгоднее, чем обслуживать массу мелких вкладчиков, считают банкиры. 5—10% крупных частных клиентов приносят банку 70—80% доходов в секторе обслуживания физических лиц, но, несмотря на свою привлекательность рынок *"private banking"* в России имеет ряд проблем:

- источник происхождения денежных средств (*"due diligence"*) состоятельных клиентов;

- проблемы безопасности и соблюдения банковской тайны, так как на этом основана работа всей программы;

- политическая и экономическая нестабильность - финансовый кризис 1998 года, "микроразрыв" 2004 года не способствовали росту доверия к российской банковской системе;

- несовершенство законодательства, регулирующего управление крупным частным капиталом, а также его постоянные изменения;

- недостаток профессиональных специалистов в сфере *private banking*, владеющих российской спецификой. К персональному менеджеру предъявляются чрезвычайно высокие требования не только в профессиональном, но и в психологическом плане.

Решению данных проблем будут способствовать:

1. *Тщательная проверка банками происхождения денежных средств клиентов.*

Данная процедура проверки происхождения денежных средств должна являться решающим фактором при открытии банковского счета клиенту. Это очень важный аспект в деятельности любого банка, так как "отмывание" денег является одной из главных причин отзыва лицензий у коммерческих банков. В данном случае для банка важна любая информация, подтверждающая легальность происхождения средств клиента: документы, подтверждающие реальный доход, размер бизнеса или свидетельства о получении наследства, сведения о его компании, семье, политической активности.

Проверка всех полученных данных осуществляется службой безопасности банка, по результатам которой дается либо согласие, либо отказ в открытии счета. Также решающую роль при открытии банковского счета может сыграть рекомендация постоянного клиента банка. После принятия положительного решения об открытии счета клиенту сообщаются все необходимые реквизиты, в том числе и для перечисления денежных средств.

2. *Закрепление за каждым клиентом персонального менеджера, который обеспечит клиенту полную конфиденциальность информации и принятия решений, а также предложит индивидуальный план управления активами, который освободит клиента от необходимости постоянно наблюдать за изменениями текущей конъюнктуры на финансовых рынках.*

3. *Снижение уровня инфляции, что будет способствовать росту доверия к банковской системе России.*

4. *Использование российскими банками международного опыта развития "private banking" и др.*

Таким образом, решение данных проблем будет способствовать дальнейшему развитию "private banking" в России.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в журналах и изданиях, рекомендуемых ВАК:

1. Никоноров, В.В. Развитие региональных рынков ипотечного кредитования [Текст]/ В.В. Никоноров// Жур. Финансы и кредит. – Москва: ИЦ "Финансы и кредит", 2008. – Вып. 3 (291). – С. 36-40. (0,55 п. л.).

Статьи и тезисы докладов в других изданиях:

2. Никоноров, В.В. Кредитные карты в России: анализ, тенденции рынка и причины низкого использования [Текст]/ В.В. Никоноров// Основные

направления повышения эффективности экономики, управления и качества подготовки специалистов. Сб. ст. III Междунар. науч.-практич. конф. – Пенза, 2005. – (0,7 п.л.).

3. *Никоноров, В.В.* Основные кластеры банковской системы России [Текст]/ В.В. Никоноров// Роль государства в становлении и регулировании рыночной экономики. Сб. ст. III Всерос. науч.-практич. конф. – Пенза, 2005. – (0,2 п.л.).

4. *Никоноров, В.В.* Особенности конкуренции на банковском рынке России [Текст]/ В.В. Никоноров// Приоритетные направления финансовой политики XXI века: Сб. ст./ Сост.: Л.В. Перекрестова, Н.М. Романенко, Л.Г. Салосина. - Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2006. – (0,4 п. л.).

5. *Никоноров, В.В.* Современные подходы к организации банковского розничного бизнеса [Текст]/ В.В. Никоноров//XI Региональная конференция молодых исследователей Волгоградской области, 8-10 нояб. 2006 г. Вып. 1. Экономика и финансы: тез. докл./ Ком. по делам молодежи Администрации Волгогр. обл., Совет ректоров вузов, ВолГУ; редкол.: О.И.Сгибнева (отв. ред.) [и др.]. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007. - (0,1 п. л.).

6. *Никоноров, В.В.* Современные особенности рынка "private banking". Проблемы развития в России и пути их решения. [Текст]/ В.В. Никоноров//Проблемы теории и практики финансово-кредитной системы: Материалы межвузовской научной конференции молодых учёных. - Волгоград: Изд-во ВолГАСА, 2007. - (0,45 п. л.).

102

Подписано в печать 11.02 2008 г. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура Times. Усл. печ. л. 1,2.
Тираж 100 экз. Заказ 514.

Волгоградское научное издательство
400011, Волгоград, ул. Электродесовская, 55.